

Regionalização e Cidadania sob a ótica da Economia Política da Comunicação¹

Renan da Silva MARQUES²
Jacqueline Lima DOURADO³
Universidade Federal do Piauí - UFPI

Resumo

Este artigo pretende realizar uma breve discussão sobre os processos comunicacionais e suas relações com a cidadania, à luz da Economia Política da Comunicação. Será revisitado o conceito clássico de cidadania, e na contemporaneidade, por meio da comunicação como direito civil, político e social, como dimensões da cidadania, e decisiva para a reconstituição da esfera pública democrática, na atual sociedade da informação. Propõe-se relacionar a conquista de uma cidadania plena no Brasil – no contexto da globalização – à regionalização da comunicação, como meio de democratização.

Palavras-chave: regionalização; cidadania; comunicação; Economia Política da Comunicação; televisão.

Introdução

Um estudo de processos comunicacionais e suas relações com a cidadania. Este trabalho, vinculado aos estudos da Economia Política da Comunicação, pretende discutir a regionalização da televisão numa perspectiva da democratização da comunicação para o exercício da cidadania, e o direito humano à informação, a partir da regionalização da comunicação.

Procura entender a passagem da sociedade do vínculo social, na qual o conceito de cidadania se constrói ainda no século XVIII, para a sociedade contemporânea, midiaticizada, na qual a comunicação se relaciona diretamente ao moderno entendimento de cidadania.

Deste modo, ao teorizar-se a busca da plenitude da cidadania no mundo contemporâneo, com base em Marshall (1967), Habermas (1984), Ramos (2000), Bolaño

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - PPGCOM-UFPI, na linha Processos e Práticas em Jornalismo. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI). Bolsista Fapepi/Capes, email: renanmarques@msn.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI). email: jacdourado@uol.com.br.

(2003), Dourado (2010), Santos (2010), Thompson (1998) e Lima (2006), entre outros, teremos como condição fundamental para a conquista dos direitos políticos a existência de uma mídia democratizada, amparada por um ordenamento jurídico-formal favorável a este processo democrático. Nessa discussão – e a partir da configuração do mercado de comunicação, oligopolista e centralizador – é demais pertinente o entendimento da cidadania à luz da questão regional, em busca de sua plenitude.

A questão da cidadania

Cidadania é um termo rotineiramente relacionado à vida em sociedade, e referência a estudos que tem como base a política, as relações humanas organizadas, tanto nas sociedades antigas como nas modernas. Surgido na ágora grega⁴ entre os séculos VIII e VII a.C., teve seu conceito ampliado frente às mudanças nas estruturas socioeconômicas ao longo do tempo e da prática da cidadania, de acordo o desenvolvimento e as circunstâncias de cada época.

Um processo extenso, que inclui a *Bill of Rights* pela Inglaterra, em 1688, a “Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão” pela França, em 1789, e o desenvolvimento histórico do capitalismo vai permitir o surgimento da noção moderna de cidadania, por volta da metade do século XVIII.

O sociólogo britânico Theodor H. Marshall explora a natureza da cidadania⁵ e seu significado no contexto das estruturas sociais e econômicas. No artigo *Citizenship and Social Class*⁶ apresenta o tratado clássico da relação entre classe e cidadania, o capitalismo e a democracia. Este é o principal marco teórico sobre o debate do Estado de bem-estar social.

Nas conferências realizadas em 1949, em honra ao seu homônimo, o economista Alfred Marshall, e publicadas em 1950, T. H. Marshall apresenta os direitos sociais como o último momento de um processo de transformação da sociedade na conquista de direitos de cidadania. Deste modo, o autor esboçou para fins analíticos três tipos de direitos da

⁴ Segundo Dourado (2010), na Antiguidade havia a esfera pública, ou esfera da coletividade e a esfera privada. A esfera privada resumia-se à casa, e a pública ao local do debate, conhecido como ágora grega, que era destinado à prática da cidadania.

⁵ Por cidadania, Marshall entende o pertencimento pleno a uma comunidade. Pertencimento implica participação integral dos indivíduos na comunidade, na determinação das condições de sua própria associação. HELD, 1999, p. 202.

⁶ Traduzida em português na obra *Cidadania, Classe Social e Status*, e apresentada no capítulo III como *Cidadania e Classe Social*. MARSHALL, 1967.

cidadania: civis, políticos e sociais⁷, que se desenvolvem com diferentes ritmos ao longo dos últimos duzentos ou trezentos anos. Relacionou a cada século um avanço na formação dos direitos de cidadania, embora reconheça que haja sobreposições: no século XVIII são conquistados os direitos civis; no século XIX os direitos políticos e no século XX seriam conquistados os direitos sociais.

As três revoluções dos direitos de cidadania podem ser adequadamente consideradas o grande projeto da modernidade, em especial, se esta ideia é debatida num contexto histórico. Outro autor que pode-se recorrer ao debate em defesa da importância histórica dos direitos sociais é o filósofo alemão Jürgen Habermas (1984).

Desta forma, ao se tentar fazer uma discussão contemporânea sobre cidadania, é preciso entender que essa noção sofreu transformações ao longo do tempo, desdobramentos múltiplos, pois “cidadania não é uma definição estanque, mas um conceito histórico, o que significa que seu sentido varia no tempo e no espaço.” (PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla, 2005, p. 9).

Adaptando os estudos clássicos às circunstâncias do mundo contemporâneo, Lima (2006, p. 11) sugere as três dimensões da cidadania:

1. Cidadania civil: tem como princípio fundamental a liberdade individual e como direitos a liberdade de ir e vir, a igualdade perante a lei, o direito de propriedade, o direito à presunção à inocência, sendo que a garantia dos direitos civis é dada por um Poder Judiciário independente e acessível a todos.
2. Cidadania política: tem como princípio fundamental o direito à comunicação – ainda não reconhecido como direito – e tem como princípio base a participação no exercício do poder público direto (pelo governo e indiretamente pelo voto). Sua garantia se dá por meio de partidos políticos consolidados, por novas institucionalidades constituídas por diferentes movimentos da sociedade mas, sobretudo, por um sistema democrático de mídia.
3. Cidadania social: tem como princípio fundamental a Justiça Social e a participação na riqueza coletiva no acesso à educação, saúde, emprego, salário e à comunicação. Sua garantia é dada por poderes Executivo e Legislativo, responsáveis e eficientes.

⁷ Por "direitos civis" Marshall entende "os direitos necessários à liberdade individual", incluídos a liberdade da pessoa, a liberdade de palavra e consciência, os direitos de propriedade, o direito de firmar contratos e a igualdade perante a lei. Os "direitos políticos" se referem a direitos que criam a possibilidade de participar no exercício do poder político como "integrante de um corpo investido da autoridade pública ou como eleitor dos membros desse corpo". Os "direitos sociais" incluiriam uma ampla gama de direitos, "desde o direito a um mínimo de segurança e bem-estar econômicos, até o de levar adiante a vida de um ser civilizado conforme as normas que prevalecem na sociedade". MARSHALL, T. H., 1967, p. 63-64.

Para o autor, a comunicação perpassa todas estas dimensões da cidadania e constitui-se

(...) ao mesmo tempo, em direito civil — liberdade individual de expressão; em direito político — através do direito à comunicação, que vai além do direito de ser informado; e em direito social — através do direito a uma política pública democrática de comunicação que assegure pluralidade e diversidade na representação de ideias e opiniões. (Id).

A comunicação, desta forma, faz parte do processo de construção da cidadania na medida que, nas sociedades modernas, a formação da esfera pública o espaço comunicacional se constitui entre o poder e o indivíduo. Deste modo é fundamental a existência de uma mídia democratizada para a realização dos direitos políticos da cidadania no mundo contemporâneo.

Em toda essa transformação da esfera pública, desde a Antiguidade, o conceito de cidadania da ágora sofre mudanças estruturantes no seu bojo, até o conceito atual de publicidade, do qual o mercado dá as diretrizes. O que antes pertencia ao público, à praça, ao debate livre, com a ascensão da burguesia é transferido para a imprensa, enfim, para a mídia, que hoje é a arena do debate contemporâneo. (DOURADO, 2010, p. 162)

É necessário examinar teoricamente e praticamente as possibilidades de expansão dos mecanismos de informação ao cidadão para inibir os reflexos de controle do mercado, por meio de oligopólios de comunicação⁸, e instigar a democracia direta. Murilo César Ramos (2000) defende uma autonomização do cidadão por meio de “mecanismos crescentes de democracia de base, ou direta, amparada por simples, mas poderosos, instrumentos de comunicação e informação”. O autor sugere a “construção de um amplo espaço de discussão e tomada de decisões” que chama de esfera pública, e se inspira no modelo habermasiano de esfera pública.

Ao discutir os meios de comunicação de massa na construção da cidadania, Ramos (2000) destaca a responsabilidade da comunicação – e sobretudo do jornalismo – no papel de “informar para formar a cidadania” (p. 51).

⁸ Com caráter protetivo aos direitos do cidadão, o Artigo 220º da Constituição Federal apresenta no seu inciso 5º a proibição para que os meios de comunicação venham a ser, direta ou indiretamente, objeto de monopólio ou oligopólio. Esta parece ser uma medida historicamente descompassada no Brasil, visto que vai ao encontro da maior característica do sistema brasileiro de radiodifusão, formado – no caso da televisão na década de 1950 – com base no modelo privado norte-americano.

A comunicação é, sem sombra de dúvida, decisiva para a reconstituição desta esfera pública democrática, capaz de incluir um dia todos os homens e mulheres, plenamente cidadãos e cidadãs, deixando de ser, como parece ser hoje o seu destino, um produto descartável voltado para o egoísmo do consumo que se esgota no dia-a-dia. (RAMOS, 2000, p. 53)

Esta é a base do pensamento do filósofo alemão Jürgen Habermas, que apresenta, na sua tese de livre docência ‘Mudança Estrutural da Esfera Pública’, de 1961, uma importante obra sobre as origens da imprensa moderna e seu papel na formação da nação e da cidadania. Habermas, herdeiro contemporâneo da tradição mas não do pessimismo apocalíptico da Escola de Frankfurt, apresenta o percurso histórico das relações burguesas, narrado de modo romancado nos saraus nos salões e nos cafés da Inglaterra, França e Alemanha, espaços onde a esfera pública burguesa discutia e emitia opinião sobre os negócios de estado que eram privativos de cortes reais. Esta é uma discussão que demonstra a importância da comunicação e da informação na produção de duradouras transformações revolucionárias.

Da mesma forma que a ágora grega na Antiguidade e a esfera pública burguesa de Habermas eram locais destinados à prática da cidadania, – por meio da prática do exercício da fala, das polêmicas, dos debates, das avenças e proposições –, Hannah Arendt (2002) também entende o “público” como a esfera do debate e lugar de encontro dos cidadãos.

Ramos (2000) não propõe que a opinião pública, constituída pela esfera mencionada, seja a única força capaz de mudanças estruturais no mundo contemporâneo, mas enfatiza a importância do conceito de ‘público’ como possibilidade para formação do cidadão, e que este faça uso dos meios de informação e comunicação como contraponto ao “aparente enfraquecimento do Estado como instância capaz de aglutinar as energias necessárias às transformações que precisam ser produzidas nas estruturas das sociedades contemporâneas” e, ainda, emergir como contraponto ao estatal e em antagonismo às iniciativas privadas, sendo dotada de poder em decisões de ordem política e econômica.

Assim, a partir de uma ordenação jurídico-formal, existe uma relação constitutiva entre comunicação, cidadania e poder, e é necessário entender como se realiza a relação entre essas esferas. Nesta discussão baseia-se na dimensão do poder como poder político, a partir da ideia clássica de Marshall sobre a cidadania, na sua segunda dimensão, e a ideia de política relacionada ao conceito de “público”, mencionado acima.

Segundo Lima (2006, p. 10), “nas democracias, a política seria a atividade pública (visível) relativa às coisas públicas (do Estado). E é a mídia – e somente ela – que tem o

poder de definir o que é público no mundo contemporâneo.” Já Thompson (1998, p. 25) caracteriza a comunicação como “um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, transmissão e recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos.”

Com o advento dos meios de comunicação de massa, a mídia passa a substituir a forma “tradicional” de constituição do público, ao tempo que também é capaz de ampliá-la, transformar e substituir. O público passa a ser midiaticizado. Para Thompson (1998), o uso da mídia possibilita que novas formas de ação e interação no mundo social sejam criadas, por meio de novos tipos de relações sociais e maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo.

(...) só poderemos entender o impacto social do desenvolvimento das novas redes de comunicação e do fluxo de informação, se pusermos de lado a ideia intuitivamente plausível de que os meios de comunicação servem para transmitir informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações com os outros permanecem fundamentalmente inalteradas. (THOMPSON, 1998, p. 13)

Nestes termos, é válido refletir sobre a interface entre o poder da comunicação e a comunicação do poder e suas possibilidades na prática democrática, esta como equilíbrio para uma participação cidadã plena, que abranja a nação em sua totalidade, do poder central aos espaços mais periféricos.

Comunicação e poder são termos que sempre andaram em paralelo, desde as sociedades remotas, onde possuir determinada informação poderia representar uma questão de sobrevivência. Hoje, numa sociedade complexa, aonde também lhe é atribuída o conceito de sociedade da informação ou do conhecimento, dominar informações, ser capaz de armazenar e compartilhar dados configura-se como novo paradigma de poder e, porque não, também de sobrevivência.

Segundo César Bolaño (2003), “a palavra comunicação pode significar muitas coisas, entre as quais se destacará sempre, sobretudo nas condições do capitalismo avançado dos séculos XX e XXI, o de instrumento de poder”. Do mesmo modo, a comunicação também pode ser considerada um instrumento de contrapoder e na medida que pode, nas condições e disputas de mercado da sociedade capitalista, oprimir e excluir, também pode produzir liberdades, desenvolvimento, igualdade e emancipação.

Propõe-se, para além do poder econômico que gera desigualdades, que este contrapoder instrumento da comunicação produza desenvolvimento de liberdades, entre elas as liberdades políticas (SEN, 2000), e o exercício de uma cidadania ativa, na qual os sujeitos sejam protagonistas da própria felicidade. O desenvolvimento econômico deve ter como fim a liberdade e felicidade coletivas, e isto deve dar sentido à política pública e democrática.

A partir desta breve reflexão da relação entre comunicação, cidadania e poder, pode-se localizar a comunicação como um direito na sociedade atual, garantido em diversas ordenamentos jurídicos, acordos e tratados internacionais, sendo considerado, a partir de uma inspiração iluminista, um direito humano, que foi “estabelecido em tratados que remontam à Independência dos Estados Unidos, passam pela Revolução Francesa (...), e se estabelecem definitivamente no Ocidente, através da Declaração Universal dos Direitos Humanos, em meados do século XX” (PERDIGÃO, 2010, p. 29).

A Declaração Universal do Direitos Humanos prevê, nos seus artigos 19 e 21 a liberdade de ter opinião e expressá-la, a faculdade de receber e transmitir informações e assegura o direito de acesso ao serviço público no mesmo patamar de outros direitos fundamentais. No ordenamento jurídico brasileiro não é diferente, e a comunicação, como direito fundamental, pode ser localizada no Artigo 5º da Constituição Federal Brasileira, que versa sobre uma comunicação que, de modo amplo, assegure a informação do Estado ao cidadão e garante a este o direito de se expressar.

Esta relação dual da comunicação, como direito humano de informar e ser informado, já havia sido destacada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura), no Relatório McBride⁹, em 1980, mas a proposta de diálogo segue atual, pela necessidade de uma nova ordem comunicacional:

Na atualidade, a comunicação é uma questão de direitos humanos. Mas ela é cada vez mais interpretada como o direito de comunicar, ultrapassando o direito de receber comunicação ou de dar informação. Daí ser a comunicação encarada como um processo de ‘mão dupla’, no qual os parceiros – individual e coletivo – levam a efeito um diálogo democrático e equilibrado. Em contraste com o monólogo, a ideia de diálogo está no cerne de boa parte do pensamento contemporâneo, que está evoluindo na

⁹ Em 1980 a UNESCO publicou o documento “Um Mundo, Muitas Vozes”, que ficou conhecido como Relatório McBride, como homenagem a seu coordenador, o escocês Sean McBride, vencedor do prêmio Nobel da Paz. O objetivo desse documento seria analisar problemas da comunicação no mundo, em sociedades modernas, particularmente em relação à comunicação de massa e à imprensa internacional, e então sugerir uma nova ordem comunicacional para resolver estes problemas e promover a paz e o desenvolvimento humano. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA, 2009).

direção de um processo de desenvolvimento de uma nova área de direitos sociais. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA, 2009).

Percebe-se que a comunicação, como direito humano fundamental, passa a ser “instrumento de fortalecimento do Estado democrático de direito, da dignidade humana e da cidadania ativa, no sentido de diminuir as diferenças e injustiças sociais” (PERDIGÃO, 2010, p. 30). Entretanto, mesmo com tamanho reconhecimento nas mais variadas esferas, na prática a comunicação – como um direito humano e, sobretudo, um direito fundamental – , ainda é uma perspectiva de pouca aceitação na sociedade, tanto pelos políticos como pelos cidadãos, principalmente nos espaços periféricos da atuação do poder central, justamente aonde seria mais necessário este entendimento, impossibilitando a formação e atuação de uma mídia cidadã.

Nesse sentido, ao se refletir sobre a atuação dos meios de comunicação, a partir do que é veiculado, da produção e programação das emissoras, esta deve buscar promover demandas sociais como educação, arte, cultura e informação, de modo a promover a cultura nacional e regional, estimulando a promoção independente e regionalizada (ibidem, p. 40), como sinalizado no Artigo 221 da Constituição Federal:

Artigo 221

Caput – A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; IV – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (BRASIL. Constituição, 1988)

Um país de dimensões continentais e com uma sociedade extremamente desigual como o Brasil, pode fomentar uma única perspectiva de cidadania, que só pode ser exercitada em escalas sub-nacionais, a começar pelo nível local. Como coloca Melo (2011, p. 40), com a globalização, o local passou a perder cada vez mais espaço e as nações começaram a sofrer conflitos de identidade perda de definição da sua diversidade cultural, em face aos sistemas planetários de comunicação e o cidadão assume, muitas vezes, uma posição defensiva.

Para que seja realizada, a cidadania precisa, nestas condições, de uma revalorização dos lugares e uma adequação de seu estatuto político. Como saída, é preciso entender que

A multiplicidade de situações regionais e municipais, trazida com a globalização, instala uma enorme variedade de quadros de vida, cuja realidade preside o cotidiano das pessoas e deve ser a base para uma vida civilizada em comum. Assim, a possibilidade de cidadania plena das pessoas depende de soluções a serem buscadas localmente, desde que dentro da nação, seja instituída uma federação de lugares, uma nova estruturação político-territorial, com a indispensável redistribuição de recursos, prerrogativas e obrigações. A partir do país como federação de lugares será possível, num segundo momento, construir um mundo como federação de países. (SANTOS, 2010, p. 113)

Relacionar a conquista de uma cidadania plena, na contemporaneidade – e no contexto da globalização – à regionalização da comunicação, é um exercício que vai muito além do está sinalizado na Constituição Federal. O ordenamento jurídico, em seu Artigo 221 determina que sejam previstos em lei percentuais de produção e da programação. Contudo, desde 1991 a discussão está em pauta por meio de projetos de lei que regulamentam o referido artigo, referente à regionalização da programação cultural, artística e jornalística das emissoras de TV e rádio.

As discussões, que completam 24 anos em 2015, são consideradas polêmicas, porque visam alterações nas normas do setor de comunicação. O projeto original (PL 256/91), de autoria da deputada Jandira Feghali (PCdoB-RJ) foi aprovado em agosto de 2003 na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara dos Deputados. O Conselho de Comunicação Social (CCS) do Senado Federal aprovou em 03/05/2004 o PL 59/2003, mas com ressalvas, visto que – como relatou a conselheira Berenice Mendes Bezerra –, há falhas na redação e problemas técnicos, entre eles não considerar as novas mídias.¹⁰ Desde então, o que se vê são incontáveis discussões acerca dos detalhes para a aplicação da normatização, por setores da sociedade civil organizada, que defendem uma maior quantidade e qualidade das produções regionais nas grades das TVs brasileiras, e os interesses da grande mídia, por outro lado, ao propor diminuir ainda mais o espaço da produção regional na programação, em defesa de interesses próprios e de mercado. O Projeto de Lei encontra-se arquivado¹¹ desde o final da legislatura, em dezembro de 2014.

¹⁰ Com informações do Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/pela-regionalizacao-da-producao-de-radio-e-tv-134/>

¹¹ Com informações do Site do Senado Federal . Disponível em: http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=60879

Regionalizar para democratizar

A realidade do mercado televisivo brasileiro é pouco diversificada. O que é apresentado aos lares de milhões de brasileiros pela mídia, sobretudo pela televisão, e difundido por todo o país – mesmo com a emergência nos últimos anos da internet e das mídias sociais – são produções concentradas no eixo Rio-São Paulo pelas grandes emissoras de TV, e reproduzidas pelas suas emissoras afiliadas por todo o país. Há pouca abertura para diversificação do mercado – seja pelo estímulo às produções independentes, ou pela veiculação de conteúdo regional.

Levantamentos da temática como a pesquisa “Produção Regional na TV Aberta Brasileira”¹², realizada pelo Observatório do Direito à Comunicação – portal mantido pelo Intervozes (Coletivo Brasil de Comunicação Social) –, demonstram em números o que é conhecido historicamente: uma baixíssima reserva por parte das emissoras de televisão brasileiras à programação e conteúdos locais.

Os operadores de uma regionalização estimulada a servir a interesses locais são os mesmos a nível nacional, significando pouca (ou nenhuma) mudança do ponto de vista operacional, de distribuição de recursos, e tampouco de planejamento de uma política mais igualitária de produção e distribuição de produtos culturais regionais.

No mercado de televisão, onde o sistema é quase que totalmente privado, financiado pela publicidade, a questão regional se apresenta tanto pelo lado do modelo de concessões públicas, também extremamente politizado, (...) quanto pela estrutura do próprio oligopólio privado, montado sobre um sistema de afiliadas que promove a articulação de interesses econômicos e políticos entre grupos nacionais e estaduais, tornando, mais do que inócuos, contraproducentes – do ponto de vista da democracia - os limites legais à propriedade. (BOLAÑO, 2003, p. 35)

Prova disto é o modelo de televisão que se configura no Brasil, de produção centralizada no eixo Rio-São Paulo pelas cabeças de rede – com exceção para o caso de maior destaque como empresa regional, da RBS¹³, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul – e que extrapola os limites do país, com produções que visam mercados internacionais, especialmente pela Rede Globo, que confirmam o modelo bem sucedido, do

¹² A pesquisa analisou as programações de 58 emissoras em 11 capitais das cinco regiões brasileiras. Segundo o levantamento, as emissoras de televisão brasileiras reservam em média 10,83% do tempo de suas grades para programas locais. Disponível em:

<https://carlosscomazzon.files.wordpress.com/2009/03/producaoregionaltvabertaok2.pdf>

¹³ O Grupo Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS) é um dos mais importantes conglomerados de comunicação do Brasil. Atua de forma hegemônica no Rio Grande do Sul e Santa Catarina

ponto de vista econômico, “mas esconde o fracasso do sistema educativo estatal e das emissoras locais, que se limitam à condição de retransmissoras” (id).

Outra questão que merece ser destacada é a necessidade de regulação – estabelecimento de políticas – ou regulamentação – estabelecimento de leis e normas –, apesar de ambos serem elementos constitutivos do ambiente regulatório. Debruçados sobre a defesa e a proposta de uma regionalização da comunicação efetiva, estão grupos como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a Associação Brasileira de Canais Comunitários, a Associação de Brasileira Produtores Independentes de Televisão (ABPITV), a Agência Nacional de Cinema (Ancine), entre outros, que defendem a criação de um marco regulatório na área da comunicação e uma regulamentação que assegure, por lei, uma maior democratização da mídia.

Rebouças (2008) argumenta não há necessidade de mais regulamentações às comunicações no país, pois há um grande número de normas legais que, muitas vezes, se sobrepõem e dão margem a diversas interpretações e manobras, que acabam favorecendo quase que unicamente interesses privados. É necessário, mais que novas regulamentações, o estabelecimento de políticas claras para o setor, aplicadas em prol do interesse público e não com políticas não-políticas. A sociedade deveria, portanto, reivindicar seu direito à comunicação, de modo consciente. Entretanto esta é uma conquista difícil para a realidade brasileira, pelo seu quadro histórico, não favorável, de conquista de direitos fundamentais.

Retomando os conceitos clássicos em Marshall apresentados os início desta discussão, e com base no trabalho de José Murilo de Carvalho – sobre o longo caminho da democracia brasileira, e para a construção de um conceito de cidadania no país –, pode-se tentar traçar um paralelo que justifique o descompasso da formação da ordem comunicacional brasileira, e da histórica concentração do controle da mídia por poucos grupos privados, que restringe uma produção que traga diversidade de representação dos grandes interesses da sociedade:

[...] a cronologia e a lógica da sequência descrita por Marshall foram invertidas no Brasil. Aqui, primeiro vieram os direitos sociais, implantados em período de supressão dos direitos políticos e de redução dos direitos civis por um ditador que se tornou popular. Depois vieram os direitos políticos, de maneira também bizarra. A maior expansão do direito do voto deu-se em outro período ditatorial, em que os órgãos de representação política foram transformados em peça decorativa do regime. Finalmente, ainda hoje muitos direitos civis, a base da sequência de Marshall, continuam inacessíveis à maioria da população (CARVALHO, 2010, p. 219)

A noção de cidadania no Brasil, por conta da confusa e incipiente sequência das “conquistas” dos direitos civis, sociais e políticos, esteve por muito tempo ausente do debate político e acadêmico. É neste cenário tardio das relações de poder e cidadania que se insere o contexto midiático.

Na cidadania política se perfazem, de forma mais contundente, as relações entre comunicação, poder e cidadania e, no mundo contemporâneo, é no espaço midiático que se constroem efetivamente os direitos políticos. Este espaço privilegiado de disputas, de poder, precisa colocar-se à disposição do processo democrático como lugar de equilíbrio para uma cidadania plena.

Grandes distorções de poder provocadas pelo desequilíbrio histórico na formação da comunicação no país, pela concentração de propriedade e a vinculação de grandes grupos de mídia com líderes políticos regionais e locais são problemas que impedem a democratização da nossa mídia e, por sua vez, a realização de uma cidadania política plena.

A história da cidadania no Brasil se caracteriza mais pelo atraso e pela ausência, consequência de uma recente constituição de uma realidade social, e do próprio sentido de nacionalidade brasileira, fundamental para constituir uma identidade social.

Referências bibliográficas

ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Florense Universitária, 2002.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

BOLAÑO, C. R. S. Políticas de Comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil. 2. ed. Aracaju: **Economia Política de las Tecnologías de las Información y de la Comunicación**, 2003. v. 2.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2010

DOURADO, Jacqueline Lima. O Espaço Público e a cidadania televisiva sob a ótica da Economia Política da Comunicação. ISBN 9788574311357. In: Valério Cruz Brittos. (Org.). **TV Digital, Economia Política e Democracia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010, p. 157-178.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HELD, David. Cidadania e autonomia. Tradução de Agnaldo de Souza Barbosa e Ana Maria de Oliveira Rosa e Silva. **Perspectivas**: revista de Ciências Sociais (Editora UNESP), São Paulo, v. 22, p. 201-231, 1999.

LIMA, Venício A. de. Comunicação, poder e cidadania. **Rastros** – Revista do Núcleo de Estudos de Comunicação. Ano VII, N. 7, 2006, p. 8-16.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

NUNES, Letícia. **Pela regionalização da produção de rádio e TV**. Observatório da Imprensa. Edição 275, 2004. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/pela-regionalizacao-da-producao-de-radio-e-tv-134/>> Acesso em 20/07/2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <http://www.onu-brasil.org.br/documentos_direitoshumanos.php>. Acesso em: 16 jul. 2015.

PERDIGÃO, Alberto. **Comunicação pública e TV digital**: interatividade ou imperatividade na TV pública. Fortaleza: EdUECE, 2010. 279 p.

PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla (Orgs). **História da Cidadania**. 3ª edição. São Paulo: Contexto, 2005.

RAMOS, Murilo César. **Às margens da estrada do futuro**. Comunicações, políticas e tecnologia. Murilo César Ramos – Brasília, janeiro de 2000. coleção FAC – editora eletrônica.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 19ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

VALENTE, Jonas C. L. Produção Regional na TV Aberta Brasileira: um estudo em 11 capitais brasileiras. In: **Observatório do direito a Comunicação**, 2009. Disponível em: <<https://carlosscomazzon.files.wordpress.com/2009/03/producaoregionaltvabertaok2.pdf>> Acesso em: 02.06.2015.